

Examining the Effect of Perceived Feasibility and Desirability on the Entrepreneurial Intentions of Sports Science Students

Bahram. Mirzaei¹, Bahram. Yousefy^{2*}, Zohreh. Hassani³

¹ Master of Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran

² Associate Professor of Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran

³ Assistant Professor of Sports Management, Razi University, Kermanshah, Iran

* Corresponding author email address: byousefy@razi.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Mirzaei, B., Yousefy, B., & Hassani, Z. (2025). Examining the Effect of Perceived Feasibility and Desirability on the Entrepreneurial Intentions of Sports Science Students. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 4(3), 1-17.



© 2025 the authors. Published by KMAN Publication Inc. (KMANPUB), Ontario, Canada. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of perceived feasibility and desirability on the entrepreneurial intentions of sports science students. The present study employs a descriptive-survey research method. The statistical population consists of all sports science students in Iran. A cluster sampling method was used, followed by simple random sampling, and the sample size was determined as 389 participants using Cochran's formula. The instrument used in this study was based on the standard questionnaire developed by Shapero and Sokol (1982). The face and content validity of the questionnaire were confirmed by experts and specialists, and its construct validity was verified through structural equation modeling (SEM). To assess reliability, Cronbach's alpha coefficient was calculated, yielding a value of 0.952. Data analysis was conducted using SPSS software, and PLS3 software was used to design the structural equation model and test the hypotheses. Based on the findings of this study, perceived feasibility significantly influenced the entrepreneurial intentions of sports science students. Additionally, perceived desirability had an impact on the entrepreneurial intentions of sports science students. Finally, perceived desirability had a significant and positive effect on entrepreneurial intentions through perceived feasibility. According to the findings of this study, to enhance the entrepreneurial intentions of sports science students, it is essential to focus on the identified determinants. By doing so, entrepreneurship in sports can be further promoted.

Keywords: Sports, Entrepreneurship, Employment, Students, Higher Education

Extended Abstract

Introduction

Entrepreneurship plays a vital role in economic and social development by fostering job creation, innovation, and economic growth (Varkianipor et al., 2020). The increasing concern over unemployment has led researchers and policymakers to focus on factors that influence entrepreneurial intentions, particularly among students. The role of perceived feasibility and desirability in shaping entrepreneurial behavior has been well documented in the literature (Mirghafoori & rezaei, 2013). According to economic and social theories, an individual's decision to become an entrepreneur is influenced by their belief in their ability to succeed (perceived feasibility) and their level of attraction toward entrepreneurship (perceived desirability) (Doisti, 2020). Research suggests that the integration of entrepreneurship into higher education programs significantly impacts students' intentions to pursue entrepreneurial ventures (Toma et al., 2014).

In recent years, the field of sports entrepreneurship has garnered significant attention due to its potential to create employment opportunities and enhance economic sustainability in the sports industry. The commercialization of sports, the expansion of sports-related businesses, and the increasing role of innovation in this field make it a fertile ground for entrepreneurship (Hazarjaribi et al., 2023). Despite these opportunities, many sports science students do not actively consider entrepreneurship as a viable career path. Several studies have emphasized the importance of promoting entrepreneurial education and improving students' perceptions of feasibility and desirability in entrepreneurship (Jafarzadeh Zarandi et al., 2019). By understanding the impact of these psychological constructs on students' entrepreneurial intentions, universities and policymakers can develop effective strategies to encourage entrepreneurship in the sports sector (Mandalizade et al., 2016).

This study aims to examine the effect of perceived feasibility and perceived desirability on the entrepreneurial intentions of sports science students. By analyzing the relationship between these constructs, this research contributes to the growing body of knowledge on entrepreneurial behavior in the context of sports education and provides practical implications for fostering entrepreneurship among students.

Methods and Materials

This research employed a descriptive-survey method, targeting sports science students across Iran. The study utilized a cluster sampling approach, followed by simple random sampling, to ensure a representative sample. The final sample consisted of 389 students, determined using Cochran's formula.

The primary data collection tool was a structured questionnaire based on the standard entrepreneurial intention questionnaire developed by Shapero and Sokol (1982). The questionnaire underwent face and content validation by experts in entrepreneurship and sports management, and its construct validity was confirmed using structural equation modeling (SEM). Reliability was assessed using Cronbach's alpha, yielding a coefficient of 0.952, indicating high reliability.

Data analysis was conducted using SPSS software for descriptive statistics, while PLS3 software was utilized for SEM to test hypotheses and model relationships. The study examined direct and indirect effects between perceived feasibility, perceived desirability, and entrepreneurial intentions.

Findings and Results

The study's findings revealed significant relationships between the key variables. Perceived feasibility was found to have a positive and significant impact on entrepreneurial intentions among sports science students. Similarly, perceived desirability was positively associated with students' entrepreneurial intentions. Moreover, the study identified that perceived desirability indirectly influenced entrepreneurial intentions through perceived feasibility.

Descriptive statistics showed that the majority of respondents perceived entrepreneurship as a desirable career path, yet many expressed concerns about their ability to start and manage a business. The analysis further indicated that perceived feasibility and desirability collectively explained a significant portion of the variance in entrepreneurial intentions among students.

Structural equation modeling results demonstrated strong model fit indices, validating the hypothesized relationships. The path coefficients confirmed the theoretical assumptions that students who find entrepreneurship more attractive (perceived desirability) and believe in their ability to succeed in it (perceived feasibility) are more likely to develop strong entrepreneurial intentions.

Conclusion

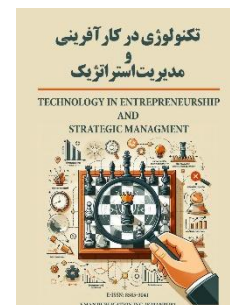
The results of this study emphasize the crucial role of perceived feasibility and desirability in shaping the entrepreneurial intentions of sports science students. The findings align with previous research that highlights the importance of psychological and cognitive factors in entrepreneurial decision-making. Entrepreneurship education programs should focus not only on increasing students' awareness and knowledge but also on enhancing their confidence in their entrepreneurial abilities.

A key implication of this study is that universities should implement targeted training programs aimed at improving students' self-efficacy and motivation to engage in entrepreneurship. This can be achieved through experiential learning opportunities, mentorship programs, and collaboration with successful entrepreneurs in the sports industry. Additionally, policymakers should create supportive environments that reduce perceived risks associated with entrepreneurship and provide incentives for students to pursue their entrepreneurial aspirations.

The role of sports entrepreneurship in economic development is increasingly recognized, and fostering an entrepreneurial mindset among students can contribute to job creation and industry growth. Given the dynamic nature of the sports sector, students should be encouraged to explore innovative business opportunities that align with their skills and interests.

The study's findings also highlight the need for future research to explore additional factors that may influence entrepreneurial intentions, such as cultural, social, and institutional determinants. Understanding how these elements interact with perceived feasibility and desirability can provide a more comprehensive framework for promoting entrepreneurship among sports science students.

In conclusion, enhancing students' perceived feasibility and desirability toward entrepreneurship can significantly increase their likelihood of pursuing entrepreneurial ventures. By adopting evidence-based strategies and policies, educational institutions and policymakers can contribute to the development of a more entrepreneurial generation, ultimately benefiting the sports industry and the broader economy.



بررسی اثر احتمال پذیری و مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی

بهرام میرزائی^۱، بهرام یوسفی^۲، زهره حسنی^۳

۱. کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۳. استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: byousefy@razi.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

میرزائی، بهرام، یوسفی، بهرام، و حسنی، زهره. (۱۴۰۴). بررسی اثر احتمال پذیری و مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی. *تکنولوژی در کارآفرینی و مدیریت استراتژیک*، ۴(۳)، ۱۷-۱.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

هدف از پژوهش حاضر بررسی اثر احتمال پذیری و مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی بود. روش پژوهش حاضر از نظر نوع، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه دانشجویان رشته علوم ورزشی در ایران می باشد. روش نمونه گیری خوشه ای و سپس بصورت تصادفی ساده و حجم نمونه تحقیق با استفاده فرمول کوکران ۳۸۹ نفر به دست آمد. ابزار مورد استفاده برای این تحقیق بر اساس پرسش نامه استاندارد شاپرو و سوکول (۱۹۸۲) است. در پژوهش حاضر روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تایید قرار گرفت و روایی سازه آن از طریق معادلات ساختاری تایید شد. و برای سنجش پایایی از ضرایب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برابر ۰/۹۵۲ بود. در راستای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و جهت طراحی مدل معادلات ساختاری و بررسی فرضیات از نرم افزار PLS3 استفاده شد. بر اساس یافته های این پژوهش احتمال پذیری ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی تأثیر داشت و در نهایت مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی از طریق احتمال پذیری ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری داشت. بر اساس یافته های این پژوهش پیشنهاد می شود برای رسیدن دانشجویان علوم ورزشی به مقاصد کارآفرینی می بایست بر شاخص های شناسایی شده در این پژوهش متمرکز شد که از این طریق کارآفرینی در ورزش رونق پیدا خواهد کرد.

کلیدواژگان: ورزش، کارآفرینی، اشتغال، دانشجویان، آموزش عالی

مقدمه

موضوع اشتغال و دستیابی افراد به شغل موردنظر، از اساسی‌ترین نیازهای یک جامعه محسوب می‌شود. به همین دلیل، یکی از اهداف کلان توسعه در کشورهای مختلف، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت‌های شغلی است. بیکاری یک پدیده مخرب اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که رفع آن همواره از دغدغه‌های اساسی برنامه‌ریزان بوده است (Varkianipor et al., 2020). امروزه، بیکاری در بسیاری از کشورها به عنوان یک مشکل اساسی مطرح است؛ به‌طوری‌که می‌توان گفت ثبات یا زوال برخی دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری است (Mirghafoori & rezaei, 2013). در هر کشوری نرخ اشتغال و بیکاری از جمله مؤلفه‌های اصلی توسعه اقتصادی به شمار می‌آید. اشتغال از دیدگاه کلان اقتصادی جنبه‌های مختلفی همچون درآمدزایی، تولید، کارآفرینی، توسعه دانش و فناوری را در بر می‌گیرد و از دیدگاه اجتماعی نیز به انسان منزلت، جایگاه و موقعیت اجتماعی و حفظ اعتماد به نفس می‌دهد (Doosti, 2020). همانگونه که اشاره شد، یکی از جنبه‌های اشتغال در هر جامعه، میزان کارآفرینی^۱ افراد آن جامعه است. تحقیقات نشان می‌دهند در عصر حاضر، کارآفرینی و توسعه اقتصادی بیش از هر زمان دیگری دارای ارتباط و پیوستگی تنگاتنگ و قوی هستند (Toma et al., 2014). از این رو کارآفرینی اهمیت بالایی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها پیدا کرده است و نقشی اساسی در توسعه فناوری و ایجاد توانمندی‌های تکنولوژیک کشورها داشته و یکی از بهترین پیامدهای اقتصادی آن اشتغال‌زایی در جوامع است که قادر است رشد اقتصادی کشورها را تسریع و آثار اجتماعی مناسبی را برای جوامع به ارمغان آورد (Hazarjaribi et al., 2023).

از دلایلی که اهمیت و ضرورت کارآفرینی را نمایان می‌سازد این است که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده، باعث رشد اقتصادی و همچنین تبدیل دانش به خدمات و محصولات جدید می‌گردد. علاوه بر این کارآفرینی ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود (Jafarzadeh Zarandi et al., 2019). یکی از عوامل مهم که پتانسیل بالایی برای اجرایی شدن موارد کارآفرینی دارد صنعت ورزش است که باید توجه ویژه‌ای به آن شود. امروزه، ورزش به‌عنوان صنعتی رو به توسعه در جهان مطرح شده که افزایش فرایندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدیدی شده است. بنابراین توجه به مقوله کارآفرینی در حیطه ورزش برای ایجاد شغل و توسعه همه جانبه این صنعت لازم و ضروری است. در واقع کارآفرینی در عمل توانایی خلق یک چیز از هیچ است (Keshavarz & Mehri Shandi, 2021). کارآفرینی ورزشی به عنوان رویکرد نوین و مشارکت‌کننده در جهت توسعه پایدار جوامع در نظر گرفته شده است، چراکه کارآفرینی ورزشی با ایفای نقش مؤثر در توسعه کسب و کار، توسعه اشتغال و رفاه و توسعه سلامت روحی و جسمی می‌تواند در توسعه کشور نقش بسیار مهم و برجسته‌ای داشته باشد، علاوه بر این کارآفرینی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای رشد فردی یا برای حل مشکلات اجتماعی عمل کند (Ball, 2005). از طرفی کارآفرینی در ورزش می‌تواند با در نظر گرفتن محیط رقابتی در برنامه‌های ورزشی، توسعه باشگاه‌ها، ساخت اماکن ورزشی و تجهیزات ورزشی در جهت کمک به سلامت جامعه و پایداری و استمرار کسب و کارها ورزشی نقش مهمی داشته باشد. مشخصه اصلی کارآفرینی ورزشی، نوآوری، خطرپذیری و بیش فعالی است که کارآفرینان ورزشی، همانند مالکان کسب و کارهای ورزشی، بازیکنان و ستارگان دنیای ورزش و حتی دولت‌ها در این فرایندها درگیرند. بنابراین کارآفرینی در حیطه ورزش، سطوح مختلفی از افراد، سازمان و گروه‌ها را در برمی‌گیرد و باعث احساس مطلوبیت در افراد می‌شود (Mandalizade et al., 2016; Norouzi Seyed hossini et al., 2024). در این راستا علی‌رغم توسعه کارآفرینی در بسیاری از حوزه‌ها و رشته‌های تحصیلی مختلف، به نظر می‌رسد کارآفرینی در ورزش به جایگاه واقعی خود نرسیده است. به‌طوری‌که با توجه به وجود

¹. Entrepreneurship

رشته‌های متعدد در علوم ورزشی، وجود علاقه‌مندان زیاد در حوزه ورزش مانند ورزشکاران، باشگاه‌های ورزشی، رویدادهای بزرگ و کوچک ورزشی در سطوح ملی و بین‌المللی، وجود فارغ‌التحصیلان متعدد در رشته‌های مرتبط با علوم ورزشی و همچنین وجود بسترهای مناسب برای فعالیت و اشتغال‌زایی در حوزه ورزش، به نظر می‌رسد کارآفرینی در ورزش رونق زیادی نداشته و توسعه کارآفرینی در ورزش با چالش‌هایی مواجه است. همچنین بسیاری از پژوهش‌های انجام شده در خصوص کارآفرینی ورزش از زوایای مختلف به مفهوم کارآفرینی در ورزش پرداخته‌اند (Keshavarz & Mehri Shandi, 2021). لذا یکی از راه‌های محقق کردن مقاصد مختلف کارآفرینی در بین دانشجویان رشته علوم ورزشی ایجاد حس احتمال‌پذیری مناسب و مطلوب در بین دانشجویان برای استفاده از عوامل مختلف کارآفرینی در جهت ایجاد شغل و اشتغال است. آموزش کارآفرینی اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است که می‌تواند اشتغال‌پذیری دانشجویان را بهبود بخشد. دانشگاه‌ها اکنون در موقعیتی استراتژیک قرار دارند که می‌توانند با ایفای نقش مناسب در دیدگاه افراد تغییر ایجاد نمایند. همچنین بزرگترین تامین‌کننده فرهنگ کارآفرینی باشند. در نتیجه، بخش ورزش به دلیل نقش مهمی که در جامعه دارد، شاخص و محرک بسیاری از سیاست‌های عمومی است. به همین دلیل، آگاهی از احتمال‌پذیر بودن بکارگیری مقاصد کارآفرینی می‌تواند به هدایت سیاست‌های عمومی برای تشویق کارآفرینی در دانشجویان کمک کند (Fuentes & Gutiérrez, 2013). تعریف کارآفرین از حوزه‌های مختلف دانش مطرح شده است و خود را به عنوان یکی از محورهای اصلی تحقیق به ویژه در ایجاد شرکت‌ها قرار می‌دهد (Puyana et al., 2019). کارآفرین بودن به معنای توانایی ایجاد چیزی جدید یا ارائه استفاده متفاوت از چیزی که از قبل وجود دارد است. بنابراین، تأثیری بر زندگی خود و جامعه ایجاد می‌کند (García-Fernández et al., 2017). از نظر راتن (۲۰۱۸)، کارآفرینان در ورزش کسانی هستند که در حل مشکلات کسب و کار خود، در مورد فعالیت‌های ورزشی، خواه نوآورانه، مبتنی بر فرصت یا رقابتی تهاجمی مشارکت دارند. به طور خلاصه، این یک نگرش فردی یا گروهی با هدف رشد و شناخت فرصت‌های محیط نزدیک است (Ratten, 2018). لذا آموزش کارآفرینی در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای در دانشگاه‌ها اهمیت پیدا کرده است، اما بکارگیری آن نیازمند تقویت احساس احتمال‌پذیری از جانب دانشجویان علوم ورزشی است دانشجویان باید به این درجه از آگاهی در رابطه با عملیاتی کردن مقاصد کارآفرینی در زندگی خود برسند (González-Serrano et al., 2018). مقاصد کارآفرینی تحت تأثیر نگرش شخصی است که میزان ارزش‌گذاری مثبت یا منفی فرد برای کارآفرین شدن را مشخص می‌کند. احتمال‌پذیری را می‌توان به عنوان باور به توانایی انجام نقش‌ها و وظایف مختلف مرتبط با کارآفرینی درک کرد (Meek et al., 2010). از طرفی یکی دیگر از راه‌های پیاده کردن مقاصد کارآفرینی در بین دانشجویان علوم ورزشی درک و شناخت مناسبی از مقاصد مختلف کارآفرینی برای اجرایی کردن آن در سطوح مختلف زندگی است. انسان نه تنها طبیعت، بلکه خود، اجتماع و فرهنگ را نیز می‌سازد و در این فرآیند ممکن است محیط را به شیوه‌های مختلف تفسیر کند. با وجود این واقعیت که ادراک را می‌توان در هریک از حواس مطالعه کرد، فرد در مواجهه با محیط خود با سیلی از اطلاعات روبه‌روست که برای درک آن به مرتب کردن آن‌ها می‌پردازد و هر جزء از این اطلاعات را در محل خود قرار می‌دهد. فرد با کمک اندام‌های حسی خود اطلاعات دریافتی را تجزیه و تحلیل کرده و در نهایت آن‌ها را به صورت مطلوب ادراک می‌کند (Mohammadi et al., 2022). انسان دارای نیازهایی است که درصدد برآوردن و ارضا آن‌ها است. لذا خشنودی و رضایت خاطری که افراد از اجرا و عملیاتی کردن موضوعی کسب می‌کنند مطلوبیت نام دارد. در رابطه با کارآفرینی مطلوبیت ادراک شده به درجه‌ای که یک فرد باور دارد استفاده از شاخص‌های کارآفرینی و پیاده کردن مقاصد آن عملکرد وی را تقویت می‌کند گفته می‌شود (پویانا و همکاران، ۲۰۱۹). بر این اساس، ارتقای سیاست‌هایی با هدف آموزش و تغییر نگرش دانشجویان، می‌تواند در ارتقای خودکارآمدی آن‌ها تأثیر گذار باشد. از این رو برای محقق شدن این امر اجرای دوره‌ها و فعالیت‌های بین‌رشته‌ای در مراکز آموزشی با هدف کارآفرینی و ورزش از اهمیت بالایی برخوردار است. چرا که این امر در بهبود مطلوبیت ادراک

شده دانشجویان نسبت به احتمال اجرایی کردن مقاصد کارآفرینی در زندگی خود به بهترین نحو ممکن تاثیر گذار است (Ratten, 2018; Ratten & Tajeddini, 2019).

در مورد پژوهش حاضر تحقیقاتی انجام گرفته است که از جمله آن‌ها می‌توان به نتایج پژوهش امینی و همکاران (۲۰۲۲)، اشاره کرد، ایشان در پژوهشی با عنوان ارائه مدل ویژگی شخصیتی و انگیزه کارآفرینی بر قصد راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی: نقش میانجی آگاهی از کارآفرینی نشان دادند که ویژگی‌های شخصیتی بر آگاهی از کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی تأثیر معناداری دارد. به‌طور کلی، آگاهی از کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه کارآفرینی دانشجویان عواملی مؤثر در راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی می‌باشند (Amini Roshan et al., 2022). کشاورز و مهری (۲۰۲۱)، در تحقیقی با عنوان تحلیل موانع کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی به این نتیجه رسیدند که هفت مانع مؤثر بر عدم توسعه کارآفرینی در ورزش به ترتیب اولویت عبارتند از: موانع خانوادگی، شخصیتی، پرورشی، علمی- تخصصی، مالی، فرهنگی - اجتماعی و قانونی (Keshavarz & Mehri Shandi, 2021). مینائی‌پور و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیق خود با عنوان شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های پرورش کارآفرینی در جوانان به این نتیجه رسیدند که ابعاد پرورش کارآفرینی در جوانان شامل پرورش نگرش کارآفرینانه، آموزش دانش کارآفرینی و پرورش مهارت‌های نرم کارآفرینی است (Minaipour et al., 2021). پیتر و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیقی با عنوان آموزش کارآفرینی و قصد سرمایه‌گذاری دانشجویان مهندسی زن در یک دانشگاه نیجریه دریافتند که اجرای مؤثر عناصر آموزش کارآفرینی، فعالیت‌های کارآفرینی دانشجویان را به‌ویژه در میان دانشجویان مهندسی زن افزایش می‌دهد. این مطالعه همچنین نتیجه‌گیری کرد که عناصر آموزش کارآفرینی مانند آموزش و پرورش، صلاحیت مربیان و محیط یادگیری تأثیر قابل توجهی بر قصد سرمایه‌گذاری دارند (Peter et al., 2021). جونز و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیق بررسی نقش و مشارکت مراکز کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی انگلستان نشان دادند که هیچ سرمایه‌گذاری روشن و استراتژی کارآفرینی در مراکز کارآفرینی وجود ندارد که سبب هدایت استراتژی در مؤسسات آموزش عالی انگلستان شود. همچنین اصول بنیادین استراتژی‌های مراکز کارآفرینی شامل: توسعه بهترین شیوه‌ها، مجموعه‌های ذهنی کارآفرینی، اقدامات اخلاقی، مشارکت جهانی، نوآوری، توسعه منطقه‌ای، پایداری و لینک‌های کسب و کار مؤسسات آموزش عالی انگلستان بودند (Jones et al., 2021). ودا و فلورا (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و آموزش کارآفرینی بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان به این نتیجه رسیدند که کنترل درونی، نیاز به موفقیت و آموزش کارآفرینی، عوامل تعیین‌کننده مهمی برای سرمایه‌گذاری و ایجاد کارآفرینی در بین دانشجویان جوان بوده است (Vodă & Florea, 2019).

بنابراین با توجه به مطالب ذکر شده و مرور مطالعات قبلی، ورزش به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر حیطه‌های اجتماعی، اقتصادی و حتی بین‌المللی در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و از این رو می‌تواند با ایجاد اشتغال و توسعه کسب و کارهای جدید زمینه را برای پیاده کردن مقاصد کارآفرینی در سطوح مختلف علوم ورزشی محیا سازد. انتظار بر این است دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی به ویژه دانشجویان رشته علوم ورزشی، در وضعیت کنونی کشور، متکی به اشتغال‌زایی توسط دولت نباشند و خود نیز از علم آموخته شده در دوران تحصیل برای ایجاد کارآفرینی و اشتغال‌زایی برای خود و سایر افراد جامعه گام‌های مثبت و عملی بردارند، با نظر به این امر کارآفرینی توسط این گونه افراد می‌تواند منجر به ایجاد اشتغال و توسعه کسب و کارهای جدید شود. لذا هرچه‌قدر دانشجویان کارآفرینی را بهتر درک کنند و آن را عاملی مهم در توسعه زندگی فردی خود بدانند احساس مطلوبیت بهتری نسبت به آن خواهند داشت. بنابراین از یک سو به دلیل اهمیت کارآفرینی در علوم مختلف به ویژه علوم ورزشی برای دانشجویان و فارغ التحصیلان این حیطه و از سوی دیگر به دلیل خلا

تحقیقاتی در این زمینه تحقیق حاضر درصدد است تا به بررسی اثر احتمال‌پذیری و مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی بپردازد.

روش پژوهش

این پژوهش برحسب هدف کاربردی و به لحاظ روش از نوع توصیفی-همبستگی است همچنین شیوه و رویه جمع‌آوری داده‌های آن از نوع میدانی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دانشجویان رشته علوم ورزشی در ایران می‌باشد. از آنجایی که تعداد دانشجویان رشته علوم ورزشی در ایران نامعلوم و پراکنده بود، حجم جامعه تحقیق نامحدود در نظر گرفته شد. از این رو از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و سپس بصورت تصادفی ساده استفاده شد. حجم نمونه تحقیق با استفاده فرمول کوکران ۳۸۹ نفر به دست آمد. پرسش‌نامه‌ها بصورت آنلاین در بین گروه‌های علوم ورزشی توزیع شد. در این پژوهش برای اندازه‌گیری متغیرهای مطرح شده از پرسشنامه اصلاح شده شاپرو و سوکول (۱۹۸۲) استفاده شد. پرسشنامه‌ای که در این تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد، برای سنجش متغیرهای تحقیق در قالب ۳ گویه اصلی و ۱۶ سوال طراحی شده بود که در طیف ۵ ارزشی لیکرت اندازه‌گیری شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه به تایید ۱۰ نفر از صاحب‌نظران حیطه مدیریت ورزشی رسید و روایی سازه آن از طریق معادلات ساختاری تأیید شد. به منظور تعیین پایایی پرسش‌نامه نیز از دو معیار ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب استفاده شد، که مقدار ملاک برای مناسب بودن آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ و برای پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ است، که نتایج بدست آمده نشان داد ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بدست آمده برای متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ بودند. تحلیل یافته‌ها نیز در دویخش صورت پذیرفت؛ بخش نخست با بهره‌گیری از آمار توصیفی جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان را مورد بررسی قرار داد، در بخش دوم آمار استنباطی از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. که برای ارزیابی داده‌ها از نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۵ و Smart PLS نسخه ۳ استفاده شد.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان بررسی شد که در **جدول ۱** ارائه شده است.

جدول ۱

ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

متغیر	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۱۸۷
	زن	۲۰۲
تاهل	مجرد	۱۶۳
	متاهل	۲۲۶
سن	۱۸ تا ۲۵ سال	۵۶
	۲۶ تا ۳۰ سال	۱۵۱
	۳۱ تا ۳۵ سال	۱۰۹
	بیشتر از ۳۵ سال	۷۳

تحصیلات	کارشناسی	۱۱۲	۲۸/۷۹
	کارشناسی ارشد	۲۰۳	۵۲/۱۹
	دکتری	۷۴	۱۹/۰۲
درآمد	کمتر از ۱۰ میلیون	۱۹۲	۴۹/۳۶
	۱۰ تا ۱۵ میلیون	۱۱۸	۳۰/۳۳
	بیشتر از ۱۵ میلیون	۷۹	۲۰/۳۱
اشتغال	شاغل	۲۶۵	۶۸/۱۲
	غیر شاغل	۱۲۴	۳۱/۸۸
مرتبط با تحصیل	بله	۲۱۶	۵۵/۵۳
	خیر	۱۷۳	۴۴/۴۷

در ادامه به بررسی یافته‌های استنباطی از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم افزار پی ال اس می‌پردازیم. جهت بررسی توزیع داده‌های پژوهش از چولگی و کشیدگی استفاده شد که نتایج آن در **جدول ۲** ارائه شده است.

جدول ۲

نتایج بررسی داده‌های آماری

نتیجه	کشیدگی	چولگی	انحراف استاندارد	میانگین	متغیر
نرمال	-۱/۳۴۲	-۰/۱۲۹	۱/۱۶۳	۳/۱۳۹	مطلوبیت ادراک شده
نرمال	-۱/۲۴۷	-۰/۲۴۲	۱/۱۵۳	۳/۲۰۱	احتمال پذیری ادراک شده
نرمال	-۱/۴۷۵	-۰/۰۸۷	۱/۲۸۹	۳/۰۷۲	مقاصد کارآفرینی

از آنجائی که میزان ضریب کجی و ضریب کشیدگی در از بازه ± 2 قرار دارد، می‌توان مطرح نمود که توزیع فوق، مفروضه نرمال بودن را دار بوده و می‌توان از آزمون‌های آمار پارامتریک استفاده به عمل آورد.

در ادامه به گزارش شاخص‌های مربوط به هریک از متغیرهای اصلی پژوهش در قالب **جدول ۳** می‌پردازیم.

جدول ۳

نتایج مربوط به تحلیل‌های روابی و پایایی تحلیل عاملی مرتبه دوم

آلفای کرونباخ	Rho	پایایی مرکب	میانگین واریانس	متغیر
۰/۹۵۲	۰/۹۵۲	۰/۹۶۱	۰/۸۰۶	مطلوبیت ادراک شده
۰/۹۳۴	۰/۹۳۵	۰/۹۵۰	۰/۷۹۰	احتمال پذیری ادراک شده
۰/۹۵۵	۰/۹۵۵	۰/۹۶۵	۰/۸۴۷	مقاصد کارآفرینی

بررسی **جدول ۳** نشان می‌دهد که شاخص‌های مورد نظر در پژوهش حاضر از اعتبار بالایی برخوردار هستند بدین صورت که آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷؛ شاخص Rho بالاتر از ۰/۷، پایایی مرکب بالاتر از ۰/۸ و میانگین واریانس بیشتر از ۰/۵ می‌باشد. بنابراین در ادامه با اطمینان کامل می‌توان نسبت به گزارش نتایج مربوط به مدل نهایی پژوهش پرداخت.

بررسی شاخص‌های مدل نهایی پژوهش نیز نشان از از اعتبار بالای مدل دارد. در نتیجه با توجه به تایید مدل به گزارش نتایج تحلیل مسیر در قالب مدل تحقیق می‌پردازیم.

جدول ۴

مقادیر ضریب مسیر و آماره t فرضیه‌های مرتبط با مسیرهای مدل تحقیق

نتیجه	معناداری	آماره t	ضریب مسیر	رابطه
تایید	۰/۰۰۱	۳۵/۲۴۸	۰/۷۷۳	احتمال پذیری ادراک شده ← مطلوبیت ادراک شده
تایید	۰/۰۰۱	۹/۸۵۰	۰/۴۴۵	مقاصد کارآفرینی ← مطلوبیت ادراک شده
تایید	۰/۰۰۱	۱۱/۶۸۰	۰/۵۰۲	مقاصد کارآفرینی ← احتمال پذیری ادراک شده
تایید	۰/۰۰۱	۱۱/۲۰۳	۰/۳۸۹	مقاصد کارآفرینی ← احتمال پذیری ادراک شده

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی ترین معیار، آماره t می‌باشد. ابتدایی ترین معیار برای سنجش رابطه بین متغیر در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معنی داری t است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه‌ی بین متغیرها و در نتیجه تایید فرضیه‌ها پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ است همچنین مقدار معناداری نیز به همان موضوع اشاره می‌کند و اگر کمتر از ۰/۰۵ باشد رابطه بین متغیرها را در سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌پذیرد. البته باید توجه داشت که اعداد فقط صحت رابطه را نشان می‌دهند و شدت رابطه بین متغیرها را نمی‌توان با آن سنجید. برای فهمیدن شدت رابطه و مقایسه آن با دیگر رابطه‌ها (رابطه‌های موجود در مدل) از ضریب استاندارد شده می‌توان استفاده کرد. با توجه به الگوی تفسیری در مدل سازی معادلات ساختاری و از آنجایی که مقدار آماره t مربوط تمامی مسیرها از ۱/۹۶ بزرگتر می‌باشد می‌توان گفت که مسیرهای مربوطه در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار می‌باشد بنابراین فرضیه‌ها مورد بررسی در تحقیق حاضر تأیید می‌گردند.

در رویکرد حداقل مربعات جزئی (پی‌ال‌اس)، کیفیت و برازش مدل با استفاده از چندین شاخص سنجیده می‌شود.

جدول ۵

مقادیر شاخص‌های برازش برای متغیرهای مدل تحقیق

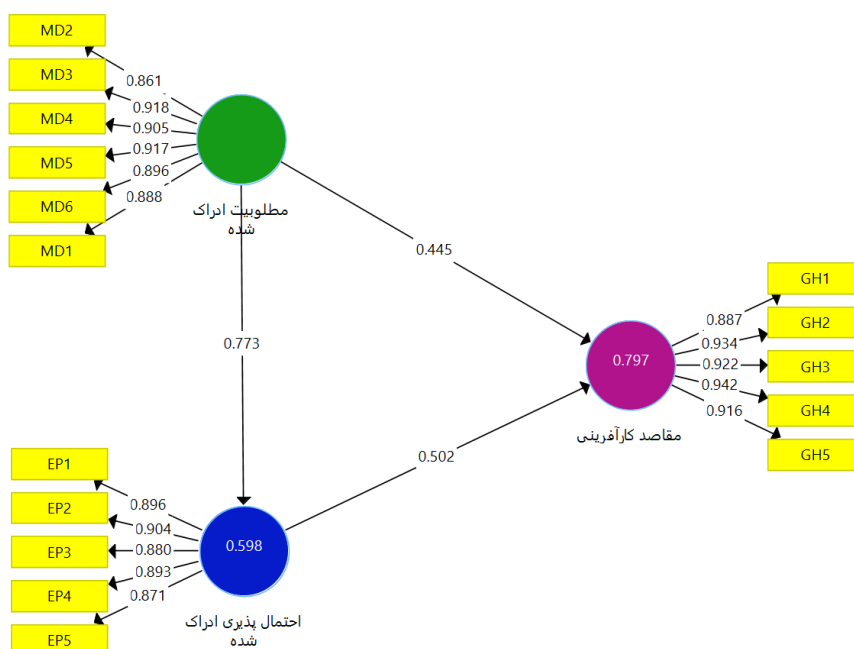
SRMR	R^2	Q^2	متغیر
۰/۰۴۰	۰/۵۹۸	۰/۴۴۰	احتمال پذیری ادراک شده
	۰/۷۹۷	۰/۶۳۲	مقاصد کارآفرینی

با توجه به اطلاعات [جدول ۵](#)، مقادیر به دست آمده برای شاخص Q^2 و R^2 در محدوده قوی قرار دارد و مقدار SRMR نیز کمتر از ۰/۱ می‌باشد که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل آزمون شده است.

در ادامه تصویر مدل آزمون شده تحقیق به همراه ضریب مسیر بدست آمده برای تمامی مسیرهای مدل در قالب نمودارهای زیر مشخص گردیده است.

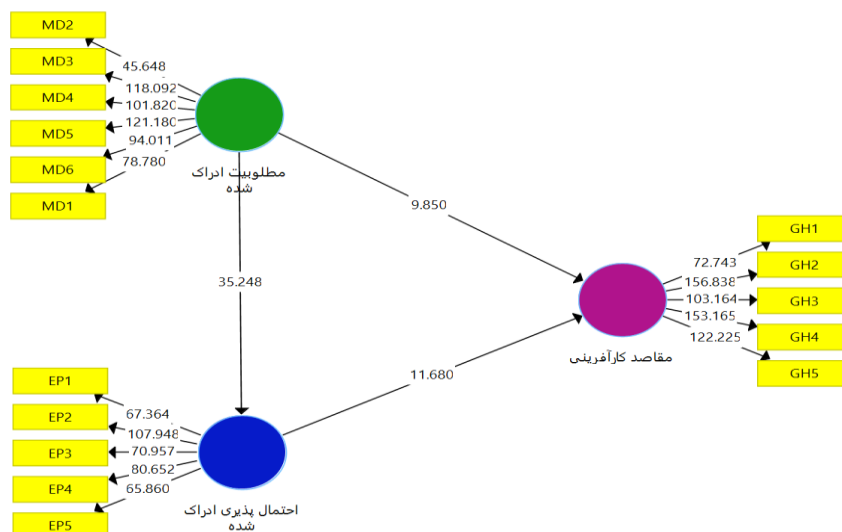
شکل ۱

مدل نهایی پژوهش در حالت ضریب مسیر و بارهای عاملی



شکل ۲

مدل نهایی پژوهش در حالت مقادیر معناداری (T. Value)



بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر به بررسی اثر احتمال‌پذیری و مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی می‌پردازد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر مطلوبیت ادراک شده هم بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی و هم بر احتمال‌پذیری ادراک شده تاثیر مثبت و معناداری داشت. که در ادامه به بررسی آن پرداخته خواهد شد.

از دلایلی که اهمیت و ضرورت کارآفرینی را نمایان می‌سازد این است که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده، باعث رشد اقتصادی و همچنین تبدیل دانش به خدمات و محصولات جدید می‌گردد. علاوه بر این کارآفرینی ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود (جعفرزاده زرنندی و همکاران، ۲۰۱۹). لذا یکی از راه‌های توسعه و بهبود وضعیت کارآفرینی در بین دانشجویان علوم ورزشی بهبود وضعیت مطلوب در بین این افراد است. زمانی که افراد احساس رضایت و خوشنودی نسبت به اهداف و کارهای خود داشته باشند و با برنامه‌ریزی در جهت رسیدن به آن‌ها گام بردارند می‌توانند به رسیدن به مقاصد کارآفرینی امیدوار باشند. بطور کلی کارآفرینان در ورزش کسانی هستند که در حل مشکلات کسب و کار خود، در مورد فعالیت‌های ورزشی، خواه نوآورانه، مبتنی بر فرصت یا رقابتی تهاجمی مشارکت دارند. به طور خلاصه، این یک نگرش فردی یا گروهی با هدف رشد و شناخت فرصت‌های محیط نزدیک است. لذا آموزش کارآفرینی در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای در دانشگاه‌ها اهمیت پیدا کرده است، اما بکارگیری آن نیازمند تقویت احساس احتمال‌پذیری از جانب دانشجویان علوم ورزشی است دانشجویان باید به این درجه از آگاهی در رابطه با عملیاتی کردن برنامه‌های خود در زندگی برسند. بنابراین با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر هر چه‌قدر دانشجویان علوم ورزشی نسبت به کارآفرین شدن و اجرایی کردن ایده‌های خود امید داشته باشند بهتر می‌توانند در جهت کارآفرین شدن و رسیدن به مقاصد کارآفرینی گام بردارند.

همچنین یکی دیگر از یافته‌های پژوهش حاضر تاثیر گذاری مطلوبیت ادراک شده بر احتمال‌پذیری ادراک شده در بین دانشجویان علوم ورزشی بود. مطلوبیت عبارت است از رضایتی که مصرف‌کننده از مصرف کالا و خدمات (در واقع هرآنچه نیازها و خواسته‌های انسان را ارضا می‌کند) حاصل می‌شود. در واقع کلمه کلیدی مطلوبیت رضایت است نه سودمندی. این مفهوم زیربنای اصل انتخاب عقلانی در اقتصاد و چونگی رسیدن به اهداف است. بنابراین هرچه قدر میزان مطلوبیت افراد از محصولی بیشتر باشد این احتمال را می‌دهند که می‌توانند برای خرید آن محصول اقدام نمایند لذا مطلوبیت داشتن به یک کالا یا محصول می‌تواند میزان احتمال پذیر بودن برای خرید آن محصول و یا رسیدن به آن مقصد را بهبود بخشد. از این رو زمانی که افراد نسبت به چیزی احساس مطلوبیت دارند همواره به دنبال رسیدن به آن هستند و این احتمال را می‌دهند که بتوانند به آن دست یابند که این امر یکی از موارد مهم و کلیدی در جهت کارآفرین شدن است. بطور کلی کارآفرین کسی است که آماده پذیرش ریسک در کسب و کار است؛ کسب و کاری که به آن ایمان دارد. اگر این خطرپذیری با موفقیت روبرو شود، منافع آن را در سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز بعدی استفاده خواهد کرد و اگر شکست بخورد، تجربه‌ای آن به عنوان بخشی از یادگیری و برای توسعه چشم انداز کارآفرین، قرار خواهد گرفت. لذا فرد کارآفرین همواره به دنبال ارزیابی احتمال‌پذیر بودن در اجرای برنامه‌ی مورد نظر است. زمانی که فرد به این درک و مطلوبیت نسبت به برنامه‌ی خود برسد در جهت عملی کردن آن نیز اقدام خواهد کرد. از این رو افراد برای کارآفرین شدن نیاز دارند نسبت به برنامه یا هدف خود احساس مطلوبیت بالایی داشته باشند و این احتمال را بدهند در صورت اجرا کردن آن موفق خواهند بود. که نتیجه این امر بهبود وضعیت کارآفرینی در جامعه خواهد بود. نتایج این بخش با تحقیقات پیشین (Amini Roshan et al., 2022; Hosseinloo & Azizi, 2020; Keshavarz & Mehri Shandi, 2021; Minaipour et al., 2021; Peter et al., 2021; Vodá & Florea, 2019; Walsh et al., 2021) همسو می‌باشد.

همچنین یکی دیگر از یافته‌های پژوهش حاضر تاثیر گذاری احتمال پذیری ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی بود. آموزش کارآفرینی اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است زیرا می‌تواند اشتغال پذیری دانشجویان را بهبود بخشد. دانشگاه‌ها اکنون در موقعیتی استراتژیک قرار دارند که می‌توانند با ایفای نقش مناسب در دیدگاه افراد تغییر ایجاد نمایند. همچنین بزرگترین تامین کننده فرهنگ کارآفرینی باشند. در نتیجه، بخش ورزش به دلیل نقش مهمی که در جامعه دارد، شاخص و محرک بسیاری از سیاست‌های عمومی است. به همین دلیل، آگاهی از احتمال پذیر بودن بکارگیری مقاصد کارآفرینی می‌تواند به هدایت سیاست‌های عمومی برای تشویق کارآفرینی در دانشجویان کمک کند (Fuentes & Gutiérrez, 2013). انسان نه تنها طبیعت، بلکه خود، اجتماع و فرهنگ را نیز می‌سازد و در این فرآیند ممکن است محیط را به شیوه‌های مختلف تفسیر کند. با وجود این واقعیت که ادراک را می‌توان در هریک از حواس مطالعه کرد، فرد در مواجهه با محیط خود با سیلی از اطلاعات روبه‌روست که برای درک آن به مرتب کردن آن‌ها می‌پردازد و هر جزء از این اطلاعات را در محل خود قرار می‌دهد. بنابراین احتمال دادن نسبت به اجرای چیزی همواره یکی از موارد مهم اجرای هر برنامه‌ای است. ما برای اجرا کردن یک هدف یا برنامه باید احتمال بدهیم که آیا قابل انجام هست یا خیر و یا نتیجه‌ای مثبت خواهد داشت یا نه، بنابراین احتمال پذیری ادراک شده یعنی ما احتمال بدهیم که آیا اجرا کردن این عامل امکان پذیر هست یا خیر، در رابطه با تاثیر احتمال پذیری بر مقاصد کارآفرینی نیز می‌توان گفت که احتمال پذیری زمانی که در جهت اجرای یک برنامه یا هدف خاص باشد می‌تواند فرد را در جهت کارآفرین شدن سوق دهد. افراد برای کارآفرینی نیاز به یک عامل انگیزه و شور شوق دارند که بتواند آن‌ها را به جلو سوق دهد از طرفی زمانی که ما انگیزه اجرای یک برنامه یا هدف را پیدا می‌کنیم باید این احتمال را هم بدهیم که آیا عملی خواهد شد و نتیجه‌ای مثبت برای جامعه خواهد داشت؛ بنابراین احتمال پذیری و درک احتمال اجرای یک هدف می‌تواند در اجرای اصولی آن هدف برای رسیدن به مقاصد کارآفرینی بسیار تاثیر گذار باشد. دانشجویان خلاق و کارآفرین، ریسک‌پذیر هستند. آن‌ها از شکست خوردن هراس ندارند و با پذیرش مخاطره، فضای کسب و کار و رقابت جدید را جستجو می‌کنند. کارآفرینان باید ریسک‌پذیر باشند، یعنی بتوانند نسبت به موقعیت، شرایط، امکانات و در یک کلام آینده خود ریسک کنند و برای کسب موفقیتی محتمل مبارزه نمایند. بدیهی است کارآفرینان همواره قادر به تأمین تمامی سرمایه و امکانات مورد نیاز کسب و کار جدید خود نیستند. به همین دلیل، دولت یا سایر حامیان مستقل باید حاضر به پذیرش ریسک مورد نیاز کارآفرین باشند، سرمایه مخاطره‌آمیز برایش فراهم کنند و وی را در مراحل مختلف کارآفرینی همراهی نمایند.

با اینکه علاقه دانشگاه به پژوهش در حیطه کارآفرینی و نوآوری ورزشی یک پدیده جدید است، اما اهمیت علمی آن سابقه طولانی دارد. با این حال، هنگام تجزیه و تحلیل ادبیات موجود در مورد دانشجویان فعالیت بدنی و علوم ورزشی، تعداد کمی از مطالعات انجام شده در مورد کارآفرینی یا پیاده کردن مقاصد کارآفرینی در بین دانشجویان قابل توجه است. از آنجا که کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری هستند، بنابراین توانایی آن‌ها در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آن‌ها در نوآوری و ظرفیت آن‌ها در قبال موفقیت، از مهمترین موارد اهمیت کارآفرینی و کارآفرینان می‌باشد. لذا دانشجویان به عنوان منبع انسانی با سواد و تحصیل کرده که دارای استعدادهای نهفته‌ای هستند همواره برای شکوفا کردن این استعدادها نیاز به توسعه همه جانبه زیرساخت‌های موجود دارند. هرچه قدر نیازهای آن‌ها به درستی شناسایی شود و امکانات لازم برای بروز استعدادها در اختیار آن‌ها قرار گیرد آن‌ها می‌توانند در مسیر کارآفرین شدن بهتر حرکت کنند و این احتمال را بدهند که می‌توانند ایده خود را در مقاصد کارآفرینی پیاده نمایند. از این رو احساس مطلوبیت و رضایت را نسبت به کسب و کار نوپای خود داشته باشند. نتایج این بخش با نتایج تحقیقات پیشین (Boldureanu et al., 2020; Doisti, 2020; Ebrahimi, 2017; Farahani, 2019; Keshavarz & Mehri Shandi, 2021; Minaipour et al., 2021; Varkianipor et al., 2020; Walsh et al., 2021) همسو می‌باشد.

در نهایت با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر مطلوبیت ادراک شده بر مقاصد کارآفرینی دانشجویان علوم ورزشی از طریق احتمال‌پذیری ادراک شده با ضریب تاثیر $0/389$ تاثیر مثبت و معناداری داشت. امروزه، ورزش به‌عنوان صنعتی رو به توسعه در جهان مطرح شده که افزایش فرآیندهای کارآفرینی در آن باعث ایجاد فرصت‌های شغلی جدیدی شده است. بنابراین بکارگیری عواملی که باعث افزایش احساس مطلوبیت در فرد می‌شود می‌تواند منجر به این شود که افراد به سمت کارآفرین شدن روی آورند و همواره ایده‌ها و استعداد‌های خود را شکوفا نمایند. کارآفرینی نیاز به سنجش عواملی زیادی دارد یکی از این عوامل بررسی احتمال پذیر بودن ایده مورد نظر است افراد باید ارزیابی کنند آیا ایده مورد نظر پتانسیل اجرا را دارد و در صورت اجرا می‌تواند برای فرد و جامعه مفید باشد. پس از طریق سنجش عوامل احتمال‌پذیری یک ایده و افزایش نقاط قوت آن که باعث بهبود وضعیت ایده می‌شود می‌تواند میزان مطلوبیت فرد را نسبت به ایده و هدف مورد نظر افزایش دهد. افراد زمانی که به دنبال ایجاد یک شغل و یک کسب و کار نوپا هستند همواره باید بتوانند عواملی که باعث جذب بیشتر افراد به سمت آن کسب و کار می‌شود را شناسایی کنند و همچنین از طریق توسعه شاخص‌هایی که باعث بهبود مطلوبیت آن کسب و کار در بین عموم مردم می‌شود اقدام نمایند لذا هرچه قدر میزان مطلوبیت یک ایده یا کسب و کار از جانب مردم بیشتر درک و احساس شود آن کسب و کار بهتر می‌تواند خود را در دل جامعه جا کند و افراد گرایش بیشتری به سمت آن پیدا خواهند کرد از این رو رونق در کسب و کار ایجاد خواهد شد و فرد گام اساسی در راستای کارآفرینی شدن در صنعت ورزش برداشته است و از این رو توانسته است افراد زیادی را به سمت کسب و کار خود جذب نماید. لذا یکی از راه‌های محقق کردن مقاصد مختلف کارآفرینی در بین دانشجویان رشته علوم ورزشی سنجش درک احتمال‌پذیری مناسب و مطلوب در بین دانشجویان برای استفاده از عوامل مختلف کارآفرینی در جهت ایجاد شغل و اشتغال است. کارآفرین بودن به معنای توانایی ایجاد چیزی جدید یا ارائه استفاده متفاوت از چیزی که از قبل وجود دارد است. بنابراین، تأثیری بر زندگی خود و جامعه ایجاد می‌کند (گارسیا و همکاران، ۲۰۱۷). در رابطه با کارآفرینی مطلوبیت ادراک شده به درجه‌ای که یک فرد باور دارد استفاده از شاخص‌های کارآفرینی و پیاده کردن مقاصد آن عملکرد وی را تقویت می‌کند گفته می‌شود. از این رو هدایت کارآفرینی و فرصت‌ها به سمت فعالیت بدنی و علوم ورزشی، زمینه‌های مختلفی برای بهبود ورزش ایجاد خواهد کرد، دانشجویان همواره برای شکوفا کردن استعداد‌های خود نیاز به حمایت مالی از جانب مسئولان و مدیران مربوطه دارند زمانی که حمایت‌ها بصورت مستمر و همه جانبه باشد افراد نیز احساس خوشایند نسبت به ایده خود خواهند داشت و این احتمال را می‌دهند که چگونه می‌توانند با ایجاد یک کسب و کار و یا تولید یک محصول مناسب بتوانند به درآمدزایی برسند و در مسیر کارآفرین شدن حرکت نمایند. بر این اساس، ارتقای سیاست‌هایی با هدف آموزش و تغییر نگرش دانشجویان، می‌تواند در ارتقای خودکارآمدی آن‌ها تاثیر گذار باشد. از این رو برای محقق شدن این امر اجرای دوره‌ها و فعالیت‌های بین‌رشته‌ای در مراکز آموزشی با هدف کارآفرینی و ورزش از اهمیت بالایی برخوردار است (Ratten, 2018; Ratten & Tajeddini, 2019).

بطور کلی می‌توان نتیجه‌گیری کرد که کارآفرینی به عنوان ابزاری مناسب برای تحریک و رشد اقتصادی شناخته شده است، لذا می‌بایست نحوه عملیاتی شدن آن در جامعه نیز مورد بررسی قرار گیرد. رسیدن به مقاصد کارآفرینی یکی از عوامل بسیار مهم و تاثیر گذار در بین دانشجویان علوم ورزشی است. که باید نحوه رسیدن به آن و راهکارهای توسعه آن مورد بررسی قرار گیرد نتیجه تحقیق حاضر نشان داد که مطلوبیت ادراک شده از جانب دانشجویان علوم ورزشی می‌تواند این احساس را در بین دانشجویان ایجاد کند که در صورت رسیدن به مقاصد کارآفرینی افراد احساس خوشایندی نسب به ایده خود احساس خواهند کرد چرا که افراد کارآفرین به دلیل ایجاد یک کسب و کار و یا خلق یک ایده از هیچ احساس خوشایندی پیدا می‌کنند از طرفی سنجش و ارزیابی اینکه یک ایده و یا یک برنامه چقدر احتمال دارد عملیاتی شود و فرد را به شخصی کارآفرین که باعث تولید یک کسب و کار و یا یک برنامه جدید می‌شود تبدیل کند بسیار مهم و حائز اهمیت است. بنابراین، کارآفرین را می‌توان فردی دانست که به خوبی توانایی سازماندهی مدیریت کار را دارد و از فرصت‌ها و موقعیت‌ها به‌طور مطلوب استفاده

می‌کند و با اعمال طرح‌های ابتکاری و نوآورانه به رشد افراد و تغییرات جدید یاری می‌رساند. انتظار بر این است دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی به ویژه دانشجویان رشته‌های مختلف علوم ورزشی، در وضعیت کنونی کشور، متکی به اشتغال‌زایی توسط دولت نباشند و خود نیز از علم آموخته شده در دوران تحصیل برای ایجاد کارآفرینی و اشتغال‌زایی برای خود و سایر افراد جامعه گام‌های مثبت و عملی بردارند، با نظر به این امر کارآفرینی توسط این گونه افراد می‌تواند منجر به ایجاد اشتغال و توسعه کسب و کارهای جدید شود. لذا هرچه‌قدر دانشجویان کارآفرینی را بهتر درک کنند و آن را عاملی مهم در توسعه زندگی فردی خود بدانند احساس مطلوبیت بهتری نسبت به آن خواهند داشت. نتایج این بخش با یافته‌های تحقیقات پیشین (Amini Roshan et al., 2022; Badri & Hachicha, 2019; Boldureanu et al., 2020; Farahani, 2019; Hosieni et al., 2020; Hosseinloo & Azizi, 2020; Jafarzadeh Zarandi et al., 2019; Mirghafoori & Walsh et al., 2021; rezaei, 2013; Mohammadi et al., 2022; Toma et al., 2014; Varkianipor et al., 2020) همراستا و همسو می‌باشد.

بنابراین برای بهبود مطلوبیت ادراک شده در بین دانشجویان علوم ورزشی در جهت کارآفرین شدن پیشنهاد می‌گردد به موارد زیر توجه شود:

ابتدا پیشنهاد می‌شود دانشجویان علوم ورزشی می‌بایست برای کارآفرین شدن، نسبت به ایده مورد نظر خود و اجرایی کردن آن خوش بین باشند. چرا که هرچه‌قدر افراد نسبت به ایده و برنامه خود احساس مطلوبیت بالایی داشته باشند می‌توانند در مسیر کارآفرین شدن و خلق یک کسب و کار جدید حرکت نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود برای رسیدن به مقاصد کارآفرینی می‌بایست تمام جوانب را بسنجند و همواره این احتمال را بدهند که ممکن است با شکست رو به رو شوند لذا بررسی احتمال پذیر بودن یک ایده از جانب افراد می‌تواند در توسعه کارآفرینی بسیار تاثیر گذار باشد. و در نهایت پیشنهاد می‌شود مدیران و اساتید همواره درصدد کشف و استعدادیابی دانشجویان تربیت بدنی خلاق باشند و بتوانند انگیزه‌های کارآفرین شدن در دانشجویان را بیش از پیش تقویت نمایند که نتیجه این امر حرکت کردن آنان در مسیر کارآفرین شدن و رسیدن به مقاصد کارآفرینی است.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در این پژوهش تمامی اصول و موازین اخلاقی مربوط به پژوهش و نشر رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

References

- Amini Roshan, Z., Gholamian, J., Mahmoudi, A., & Azizi, B. (2022). Designing a Model of personality trait and Entrepreneurship motivation on Medium and Small Businesses starting up with the role of mediation Awareness of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(1), 60-41.
- Badri, R., & Hachicha, N. (2019). Entrepreneurship education and its impact on students' intention to start up: A sample case study of students from two Tunisian universities. *The International Journal of Management Education*, 17(2), 182-190. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.02.004>
- Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1, 1-14.
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(3), 1-33. <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Doisti, S. (2020). The role of resistance economy in promoting productivity and entrepreneurship, domestic production and employment. *An Approach in Business Management*, 1(1), 7-22.
- Ebrahimi, A. (2017). *Designing an entrepreneurial model in the country's sports* Mazandaran University, Faculty of Physical Education and Sports Sciences].
- Farahani, A. (2019). Structural Restrictive Factors of Employment and Entrepreneurship in Sport of Iran (Case Study: Private Clubs). *Applied Research in Sport Management*, 7(3), 33-44.
- Fuentes, F. J., & Gutiérrez, P. R. (2013). *Estudio sobre el perfil emprendedor en el alumnado universitario de Córdoba*.
- García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Sánchez-Oliver, A. J., & Grimaldi-Puyana, M. (2017). Gamificación y aplicaciones móviles para emprender: una propuesta educativa en la enseñanza superior. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 8, 248-259.
- González-Serrano, M. H., Valantine, I., Crespo-Hervás, J., Pérez-Campos, C., & Calabuig-Moreno, F. (2018). Sports university education and entrepreneurial intentions: a comparison between Spain and Lithuania. *Education + Training*, 60(5), 389-405. <https://doi.org/10.1108/ET-12-2017-0205>
- Hazarjaribi, J., Hosseinpour, D., & Yazdani, H. (2023). Examining the entrepreneurial approach in the field of employment The fourth and fifth development plans and their level of realization. *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 14(55), 91-138.
- Hosieni, E., moradi Barzal Abad, F., Bazdi Langari, M., maleki, A., & Shooshinasab, P. (2020). Identification and Prioritization barriers to entrepreneurship in sport using a combination DEMATEL and network analysis process (ANP). *journal of motor and behavioral sciences*, 3(2), 177-186.
- Hosseinaloo, H., & Azizi, M. (2020). The Outcomes of Entrepreneurial Coaching in Small and Medium Businesses. *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(3), 341-359.
- Jafarzadeh Zarandi, M., Razaghi, M. E., & Mirza akbari, A. (2019). The IT position in the development of entrepreneurship opportunities in sport. *Communication Management in Sport Media*, 6(4), 15-28.
- Jones, P., Maas, G., Kraus, S., & Lloyd Reason, L. (2021). An exploration of the role and contribution of entrepreneurship centres in UK higher education institutions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(2), 205-228. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2018-0244>
- Keshavarz, L., & Mehri Shandi, S. (2021). Analysis of the Barriers to Entrepreneurship in Sport from the Perspective of M.A Students of physical education and sport sciences at the University of Tehran. *Applied Research in Sport Management*, 9(4), 163-169.
- Mandalizade, Z., Ehsani, M., & Honari, H. (2016). Developing Sustainable Entrepreneurship Model in Sport Based on the Grounded Theory. *Sport Management Journal*, 8(5), 709-725.
- Meek, W. R., Pacheco, D. F., & York, J. G. (2010). The impact of social norms on entrepreneurial action: evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493-509. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.007>
- Minaipour, F., Rahimian, H., Taheri, M., & Abbaspour, A. (2021). Identifying the dimensions and components of fostering entrepreneurship in young people. *Studies in human sciences*, 25(2), 67-86.
- Mirghafoori, S. H., & rezaei, A. (2013). Using System Dynamics for analyzing and estimating Occupation of Alumni in Yazd Province. *The Journal of Economic Policy*, 5(10), 97-118.
- Mohammadi, M., Esmaeili, M. R., & Zarei, A. (2022). model of perception Utility of Parks Sports Space on Tehran City. *Sport Management Journal*, 14(2), 42-25.
- Norouzi Seyed hossini, R., Roumiani, m., & Roumiani, S. (2024). The Framework for the Development of new Entrepreneurship in Sports: From Idea to Action. *Journal of Entrepreneurship Development*, 17(1), 80-119. <https://doi.org/10.22059/jed.2024.365400.654266>

- Peter, F., Eze, S., Osigwe, K., Adeyeye, M., Peter, A., Adeyemi, E., Okolugbo, C., & Asiyanbola, T. (2021). Entrepreneurship Education and Venture Intention of Female Engineering Students in A Nigerian University. *International Journal of Higher Education*, 4(10), 9-20. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v10n4p9>
- Puyana, M. G., Ruiz, P. G., Sánchez-Oliver, A. J., & Fernández, J. G. (2019). Intentions of entrepreneurship in sports science higher education: gender the moderator effect. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 147-162. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-105>
- Ratten, V. (2018). *Sports Innovation Management*. Routledge.
- Ratten, V., & Tajeddini, K. (2019). Entrepreneurship and sport business research: synthesis and lessons: introduction to the special journal issue. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(2), 1-7.
- Toma, S. G., Grigore, A. M., & Marinescu, P. (2014). Economic development and Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436-443. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00111-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00111-7)
- Varkianipor, N., Hosseini, M. H., Samei, R., & Ashrafi, M. (2020). The entrepreneurial modeling of women is based on the entrepreneurial value chain with a sustainable social development approach in the province of Gulistan. 20(58), 139-161. <https://doi.org/10.29252/jgs.20.58.139>
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1-34. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- Walsh, G. S., Cunningham, J. A., Mordue, T., McLeay, F., O'Kane, C., & Connolly, N. (2021). What business schools do to support academic entrepreneurship: a systematic literature review and future research agenda. *Studies in Higher Education*, 46(5), 988-999. <https://doi.org/10.1080/03075079.2021.1896805>